

HUBUNGAN ANTARA TINGKAT PENDIDIKAN DENGAN
PERILAKU MASYARAKAT DALAM MEMILIH PROGRAM
ACARA TELEVISI

(Studi Korelasional Antara Tingkat Pendidikan Dengan Perilaku Masyarakat
Dalam Memilih Program Acara Televisi di D.I Yogyakarta)

S K R I P S I



Oleh :

DESI SUSANTI
NPM. 0843010163

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2011

K A T A P E N G A N T A R

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan Rasulullah Muhammad SAW, penulis panjatkan karena dengan limpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, Skripsi berjudul “HUBUNGAN ANTARA TINGKAT PENDIDIKAN DENGAN PERILAKU MASYARAKAT DALAM MEMILIH PROGRAM ACARA TELEVISI” (Studi Korelasional Antara Tingkat Pendidikan Dengan Perilaku Masyarakat Dalam Memilih Program Acara Televisi di D.I Yogyakarta)” dapat penulis susun dan selesaikan guna memenuhi persyaratan penyelesaian Pendidikan Strata Satu (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyelesaian Skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Bpk Prof. DR. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor UPN “Veteran” Jatim.
2. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), UPN “Veteran” Jatim.
3. Bpk Juwito, S.Sos, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bpk Ir. H.Didiek Tranggono, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Keluargaku Tercinta, yang selalu menjadi tujuan utamaku agar aku selalu melakukan yang terbaik.
6. Sahabat-sahabat luar biasa yang tak sekedar memotivasi dari sebelum berlangsungnya proses skripsi hingga selesainya skripsi ini: Tata, Lulut,

Risca, Ajeng, Rika, Eztyo, Doni, Irul, Nanang dan juga Ak.people at Ak.
UPN Radio.

Dengan penuh kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran selalu diharapkan demi tercapainya hal terbaik dari skripsi ini. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak. Amin Allahumma Amin.

Surabaya, Desember 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.4.1. Manfaat Secara Teoritis	10
1.4.2. Manfaat Secara Praktis	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	11

2.1.1.	Media Massa	11
2.1.2.	Peran Media Massa	13
2.1.3	Televisi Sebagai Media Massa	14
2.1.4	Pemirsa D.I Yogyakarta Sebagai Pemirsa Televisi	16
2.1.5	Program Televisi.....	18
2.2.	Memilih Program Acara	20
2.3.	Tingkat Pendidikan.....	21
2.4.	Definisi Perilaku.....	22
2.4.1	Bentuk Perilaku	22
2.4.2	Proses Terjadinya Perilaku	23
2.5.	Teori S- O- R.....	23
2.6.	Teori Komposisi Audiens	24
2.7.	Kerangka Berpikir	25
2.8.	Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Definisi Konseptual	28
3.2.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.2.1.	Tingkat Pendidikan	29
3.2.2.	Perilaku Masyarakat D.I Yogyakarta.....	29
3.3.	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	31
3.3.1.	Populasi	31
3.3.2.	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	31

3.4.	Sumber dan Jenis Data	34
3.4.1.	Sumber Data	34
3.4.2.	Jenis Data	34
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	35
3.6.	Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	40
4.2.	Penyajian Data dan Analisis Data	41
4.2.1.	Karakteristik Responden	42
4.2.2.	Tingkat Pendidikan	44
4.2.3.	Perilaku Masyarakat Dalam Memilih Program Acara TV.	44
4.3.	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	50
4.3.1.	Analisis Data.....	50
4.3.2.	Pengujian Hipotesis.....	55
4.3.3.	Interpretasi Hasil.....	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	59
5.2.	Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA	61
----------------------	----

LAMPIRAN.....	63
---------------	----

DESI SUSANTI. RELATIONSHIP BETWEEN EDUCATION LEVEL COMMUNITY WITH BEHAVIOR IN CHOOSING EVENT TELEVISION PROGRAM (Correlational Study Between Education Level With Public Behavior In Choosing Television Programs in Yogyakarta)

This research was provided a basis for by the phenomenon even more of them of the number of broadcast stations in Indonesia that presented so many of his devout agenda programs in the territory in Yogyakarta. Together with spread him agenda programs in television gave many choices to the viewer to determine the Behaviour of the community in choosing what agenda that was followed. The brightness of programs was just caused by the competition between the television station. As for television program programs covered; the news program, the sport program, Infotainment, Talk Show, Musik, Sinetron, Film, Cartoon, Quiz, Reality Show, and the comedy (Morissan,2008: 215). With the agenda that variatif certainly caused a difference in the matter to choose the agenda. The requirement for each viewer the TV would the information was different was based on the factor that influenced that is the age, gender, the rate of return, the work, and the level of education. With the existence of the difference of the level of certain education the trend that happened in determining the Behaviour of the media's election, differed between the individual that one and that was other, that in part was affected by the number of choices of the kind and the contents of the media that was offered.

The theory Stimulus-Organism-Response was used, television was the mass media most was suitable to cover the community's heterogeneity. The presentation of the agenda program di televisi gave the stimulus that afterwards would it was responded by someone through organism that took the form of attention, the understanding and acceptance that afterwards will affect someone to choose the agenda program that would in tonton him. And the Theory of the Audiens Composition that have a view that the demographic characteristics influenced the availability of spare time and the choice of the contents media.

The research Method that was used was the research korelasional quantitative. This research population was the community of D.I Yogyakarta that including in the figure of school participation. The technique sampling in this research used the technique probability sampling (random sampling) with the method sampling random stratified proportional.

The analysis method of the Contingency C Correlation (Pearsons C) was used counted relations between the variable that his data was nominal nominally or nominally in an ordinal manner. This formula was a measurement of the level of relations, the association or the dependency from classification of classification in the table kotigensi $r \times k$. This technique was connected with the Chi Kuadrat formula to know strong not him relations between this variable. Was based on the analysis of results survey that was carried out by the researcher concerning relations between the level of education and the Behaviour of the community in choosing the television program program was gotten by significant relations strong and high.

The key word: relations, the Level of Education, the Television Program Program

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media komunikasi adalah suatu saluran atau sarana untuk menyampaikan pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya (Efendy, 1986 : 9). Media komunikasi massa bersifat tidak langsung dan oleh karena perencanaan, pengolahan dan penyampaian pesan baik itu bersifat informasi, edukasi, persuasi dan hiburan kepada khalayak dibuat sedemikian rupa sehingga mencapai sasaran yang dikehendaki.

Keberadaan media massa saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, karena media massa mempunyai peranan menjadi media penyampai informasi mengenai kejadian atau peristiwa baik yang telah terjadi didalam negeri ataupun luar negeri. Selain itu, ciri media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan – pesan yang disebarkan.(Effendy, 1993 : 4)

Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2003 : 134).

Media massa, khususnya televisi (TV) adalah media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan keberadaannya jauh

melampaui media-media massa lain, seperti media cetak koran, majalah, apalagi buku. Sebuah rumah, baru dikatakan lengkap jika ada pesawat televisi didalamnya, dan hal ini tidak hanya berlaku pada masyarakat kota yang relatif kaya, melainkan telah merambah ke pelosok-pelosok desa, dirumah-rumah hunian liar, dipinggir-pinggir sungai kota, ataupun dibawah jembatan layang (Wirodono, 2006: viii).

Televisi adalah satu diantara sekian banyak media massa yang tengah berkembang secara terus menerus dan cepat. Hal ini terbukti dari makin banyaknya stasiun televisi swasta yang bermunculan. Ini dikarenakan media televisi memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan media lain yang lahir saat itu (Kuswandi, 1996:8). Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar. Kekuatan gambar menjadi andalan media televisi, karena gambar yang disajikan bukan gambar mati melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan pada penonton. Ini jelas menguntungkan televisi untuk digunakan penonton karena sifatnya yang audio visual. Selain itu televisi memiliki segi positif yaitu suatu pesan yang disampaikan kepada penonton tidak mengalami proses yang berbelit (Effendy, 1993:178)

Televisi adalah bagian yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari dan menjadi sumber umum utama dari sosialisasi dan informasi bagi masyarakat. Bagi Gerbner, dibandingkan media massa yang lain, televisi mendapat tempat tersendiri. Demikian signifikan dalam kehidupan sehari-hari sehingga mendominasi “lingkungan simbolik” kita, dengan cara menggantikan pesannya

tentang realitas pengalaman pribadi dan sarana mengetahui dunia lainnya (McQuail, 1996:254).

Televisi lahir karena perkembangan teknologi yang semakin maju. Televisi adalah media massa yang lahir setelah media cetak, oleh karena itu televisi merupakan lambang dari komunikasi modern. Televisi, baru dapat dinikmati setelah adanya beberapa penemuan teknologi, seperti telepon, telegraf, fotografi, serta rekaman suara. Kenyataannya, televisi dapat dibahas secara mendalam, baik dari segi isi pesan maupun penggunaannya. (Kuswandi, 1996 : 6)

Sekarang ini sudah terdapat sepuluh stasiun televisi swasta seperti Indosiar, RCTI, SCTV, MNC , Antev, TVone, Trans TV, Trans7, Metro TV dan Global TV. Selain kesepuluh stasiun tersebut, juga terdapat stasiun televisi swasta yang dikhususkan hanya untuk cakupan wilayah DI. Yogyakarta seperti TVRI Jogja, Jogja TV, RBTv,AdiTV (www.id.wikipedia.org)

Menurut Peter Herford, setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai program hiburan seperti film, musik, kuis, talkshow, berita, program olah raga, sinetron dan sebagainya. Tiap program-program acara ingin menunjukkan keunggulannya masing-masing. Adapun program-program acara televisi meliputi; program berita, program olah raga, Infotainment, Talk Show, Musik, Sinetron, Film, Cartoon, Quiz, Reality Show, dan Komedi (Morissan,2008 : 215)

Menurut R.Mar'at (dalam Effendy,2002:122) program acara televisi pada umumnya mempengaruhi perilaku, pandangan, persepsi dan perasaan para penonton, ini adalah hal yang wajar. Jadi, bila ada hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona atau latah, bukanlah sesuatu yang istimewa, sebab

salah satu pengaruh psikologis dari televisi seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga mereka seolah terhanyut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang disajikan oleh televisi.

Cangara (2003,151) mengatakan bahwa ada tiga aspek yang perlu untuk diketahui oleh komunikator menyangkut khalayaknya, yaitu aspek sosiodemografis, aspek psikologi dan aspek karakteristik perilaku khalayak. Aspek sosiodemografis meliputi jenis kelamin, usia, populasi, lokasi, tingkat pendidikan, bahasa, agama, pekerjaan, ideologi, dan pemilikan media. Aspek psikologis meliputi emosi, pendapat, keinginan dan perasaan khalayak. Aspek karakteristik perilaku meliputi hobby, nilai dan norma, mobilitas sosial, dan perilaku komunikasi.

Berbicara masalah pendidikan, tingkat pendidikan di Indonesia belum merata, padahal masalah pendidikan merupakan masalah yang vital bagi negara yang sedang membangun seperti Indonesia. Dewey (2003) sendiri memandang pendidikan sebagai suatu proses perkembangan, pemeliharaan, dan pengadaan dan dalam arti luas pendidikan merupakan alat untuk menjamin kelangsungan atau kontinuitas hidup.

Menurut Muhammad (2002) bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang, maka cara berkomunikasi seseorang tersebut akan terpengaruh karena jika ditinjau dari prosesnya, pendidikan adalah komunikasi dalam arti kata bahwa dalam proses tersebut terlibat dua komponen yang terdiri dari manusia, yakni pengajar sebagai komunikator dan pelajar sebagai komunikan. Pendidikan sangat menentukan tingkat intelektualitas yang pada

gilirannya akan menentukan pilihan jenis hiburan maupun acara televisi yang diikutinya. Pendidikan bukan hanya memberikan wawasan, tetapi juga membentuk sebuah perilaku dengan cara berpikir. Dalam hal ini berarti bahwa tingkat pendidikan seseorang menentukan cara berpikir dan kemampuan untuk menerima informasi. Pendidikan masyarakat yang semakin baik diharapkan sebagai penangkal masuknya unsur negatif dari isi acara televisi.

Penonton atau pemirsa (television watcher, television viewer) adalah sasaran komunikasi melalui televisi siaran yang karena heterogen masing - masing mempunyai kerangka acuan (frame of reference) yang berbeda satu sama lain. Mereka berbeda bukan saja dalam usia, dan jenis kelamin tetapi juga dalam latar belakang sosial dan kebudayaan, sehingga pada gilirannya berbeda dalam pekerjaan, pandangan hidup, agama dan kepercayaan, pendidikan, cita – cita, keinginan, kesenangan dan lain sebagainya. Kegiatan pemirsa dalam menonton acara televisi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi tujuan mereka, baik kebutuhan berupa informasi maupun hiburan. (Effendy, 1993 : 8)

Faktor – faktor yang menentukan perilaku konsumsi media seseorang khususnya televisi seseorang meliputi banyak faktor, baik personal maupun eksternal, yang menentukan kepercayaan dan evaluasi seseorang. Littlejohn (1996) mengatakan bahwa kepercayaan seseorang tentang isi media dipengaruhi oleh : budaya dan institusi sosial seseorang, termasuk media itu sendiri, keadaan – keadaan sosial seperti ketersediaan media, variabel – variabel psikologis tertentu seperti introvert-ekstrovert. Nilai – nilai dipengaruhi oleh faktor kultural dan sosial, kebutuhan dan variabel psikologis. Kepercayaan – kepercayaan dan nilai –

nilai akan menentukan pencarian kepuasan yang akhirnya menentukan perilaku konsumsi terhadap isi media seseorang.

Dalam faktor personal penggunaan isi media televisi ini adalah adanya kebutuhan manusia akan berkomunikasi dan mencapai tingkat emosional tertentu. Dengan kata lain perbedaan kebutuhan dari masing – masing individu untuk menonton televisi dipengaruhi oleh karakteristik sosio demografi yang meliputi : usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, tingkat pendapatan dan lainnya. Sedangkan, lingkungan eksternal mempengaruhi penggunaan isi media televisi dalam hubungannya dengan ketersediaan media televisi bagi penggunaannya. (Rachmat, 2003)

Selain faktor – faktor yang dikemukakan diatas Menurut Rosengren aktivitas penggunaan media massa yaitu penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang di konsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan media secara keseluruhan. Mc.Quail (2000. 220) aktivitas penggunaan isi media massa juga dipengaruhi oleh kebutuhan individu, jumlah waktu, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan.

Kepercayaan – kepercayaan dan nilai – nilai akan menentukan pencarian kepuasan yang akhirnya menentukan \perilaku konsumsi terhadap isi media seseorang. Dalam program acara dapat dikatakan, diterima pemirsa televisi dan terjaga eksisistensinya apabila program acara tersebut banyak ditonton oleh pemirsa televisi.

Dalam kondisi persaingan media seyogyanya menjamin bahwa audiens

memperoleh apa yang diinginkan. Sesuai dengan Teori Perilaku Konsumen yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan jasa, barang, gagasan, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka (Kotler dalam Rangkuti, 2009: 91).

Pemahaman ini dibutuhkan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pemirsa sehingga perusahaan pertelevisian mampu menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat untuk karakteristik pemirsanya agar program yang ditayangkan banyak ditonton dan diminati. Studi perilaku konsumen ini merupakan cara pandang suatu stasiun televisi dalam menghadapi pemirsa dan pesaingnya, dimana stasiun televisi tersebut berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pemirsanya secara lebih efektif dari para pesaingnya. Sebagai media komersial stasiun televisi penting untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumennya yaitu audiens. Agar program yang dihadirkan dapat diterima dan ditonton.

Menurut riset AGB Nielsen menyebutkan bahwa masyarakat berpenghasilan tinggi atau orang kaya dan berpendidikan tinggi (lulusan universitas) lebih memilih waktu santai di rumah dengan menonton tayangan gelar tinju ketimbang sinetron. Pemirsa yang berpendidikan tinggi tidak menempatkan sinetron sebagai program yang paling banyak ditonton.

"Alih-alih menonton sinetron, mereka menyaksikan film barat, musik, komedi, dan gelar tinju, selain program sepakbola spesial," (Hellen Katherina, Associate Director Marketing & Client Service AGB Nielsen di Jakarta.)

Penelitian ini didasari fenomena semakin banyaknya jumlah stasiun siaran di Indonesia yang menyajikan begitu banyak program acara khususnya di wilayah DI Yogyakarta. Seiring dengan merebaknya program-program acara di televisi memberikan banyak pilihan kepada pemirsa untuk menentukan perilaku masyarakat dalam memilih acara mana yang diikuti. Maraknya program-program baru disebabkan oleh persaingan antar stasiun televisi. Adapun program-program acara televisi meliputi; program berita, program olah raga, Infotainment, Talk Show, Musik, Sinetron, Film, Cartoon, Quiz, Reality Show, dan Komedi (Morissan, 2008 : 215). Dengan acara yang variatif tentu menimbulkan suatu perbedaan dalam hal memilih acara. Khalayak diasumsikan sebagai bagian dari khalayak yang aktif dalam memanfaatkan muatan media, bukannya secara pasif saat mengonsumsi media massa (Rubin dalam Littlejohn, 1996 : 345). Khalayak aktif adalah khalayak yang memilih jenis dan isi media untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan tiap pemirsa TV akan informasi itu berbeda berdasarkan faktor yang mempengaruhi yaitu usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pekerjaan, dan tingkat pendidikan (Untoro, 1994). Peneliti menentukan hanya salah satu faktor yang diteliti yaitu tingkat pendidikan.

“Karena semakin tinggi tingkat pendidikan ternyata dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam memilih tayangan televisi, yang akan ditontonnya” (Ahmad Sirozi, Pengamat Pendidikan).

Dengan adanya perbedaan tingkat pendidikan tentu saja kecenderungan yang terjadi dalam menentukan perilaku pemilihan media, berbeda-beda antara individu yang satu dengan yang lainnya, yang antara lain dipengaruhi oleh banyaknya pilihan terhadap jenis dan isi media yang ditawarkan. Dengan tingkat

pendidikan yang berbeda bisa membedakan antara khalayak yang tidak terdidik dan khalayak yang terdidik (educated people) yang cenderung menjadi bagian dari khalayak aktif, karena mereka lebih bisa memilih media yang mereka konsumsi sesuai kebutuhan mereka (Junaedi,2007:83).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang hubungan antara tingkat pendidikan dengan perilaku masyarakat dalam memilih program acara televisi D.I Yogyakarta. Agar tujuan penelitian dapat tercapai, perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespon, maka teori skiner disebut teori “S – O - R”atau Stimulus – Organisme – Respon dan juga diimbangi dengan Teori Komposisi Audiens yang berpandangan bahwa karakteristik demografis mempengaruhi ketersediaan waktu luang dan pilihan isi media. Sementara dipilihnya Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai lokasi penelitian karena menurut data BPS mengenai angka partisipasi sekolah tertinggi di Indonesia dengan jumlah 3.108.000 jiwa antara tingkat pendidikan rendah yang berusia 7 – 15 tahun, tingkat pendidikan menengah yang berusia 16 – 18 tahun dan pendidikan tinggi dengan usia 19 – 24 tahun.(www.bps.go.id)

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: “Bagaimanakah hubungan antara tingkat pendidikan dengan perilaku masyarakat dalam memilih program acara televisi D.I Yogyakarta?”

1.3. Tujuan Penelitian

Dengan memahami perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah hubungan antara tingkat pendidikan dengan perilaku masyarakat dalam memilih program acara televisi D.I Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dapat dijadikan dasar pengembangan penelitian serupa dan sebagai informasi terhadap pihak lain di masa-masa mendatang.

1.4.2 Manfaat secara Praktis

Sebagai media ilmiah untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan dan teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan kondisi lapangan sebenarnya. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi media khususnya televisi sebagai sumbangan pemikiran guna meningkatkan produksi program acara yang kreatif dan inovatif guna memberikan kepuasan kebutuhan dan keinginan pemirsanya.